

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan

Situasi dan perkembangan di bidang politik dan ekonomi Indonesia boleh tidak menentu, tetapi usaha harus tetap jalan terus. Hal ini dibuktikan dengan usaha mengembangkan bisnis ritel untuk menggairahkan kembali perekonomian Indonesia. Bisnis ritel berupaya menarik kembali sebanyak mungkin konsumen yang ada dengan menawarkan berbagai pusat perbelanjaan yang nyaman, lengkap, tidak menjemukan dan juga bisa digunakan sebagai ajang rekreasi bagi keluarga.

Sejalan dengan perkembangan *trend* di berbagai bidang kehidupan manusia pada saat ini, menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan pasar yang sifatnya tidak stabil. Persaingan yang ketat dengan perusahaan-perusahaan lain yang menghasilkan produk sejenis menuntut perusahaan untuk benar-benar mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat meningkatkan pangsa pasar yang telah terbentuk. Selain itu dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan maka perusahaan dapat melakukan usaha-usaha agar keuntungannya semakin meningkat.

Semakin berkembangnya kehidupan masyarakat yang diwarnai dengan berbagai macam aktivitas menyebabkan masyarakat lebih berorientasi pada kepraktisan. Sejalan dengan hal ini, masyarakat cenderung beralih dari pasar tradisional ke pasar modern. Begitu pula dalam pembelian, masyarakat cenderung memilih peritel yang menerapkan strategi *high-low (hilo) pricing* daripada peritel

lain yang tidak menggunakan strategi ini. Hal ini dikarenakan konsumen lebih mengutamakan kemudahan dalam berbelanja di peritel dengan strategi *hilo pricing* daripada harus berbelanja di toko lainnya. Peritel dengan *hilo pricing* juga harus lebih memperhatikan layanan yang dibutuhkan dan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk serta target pasarnya. Selain itu perlu juga menyediakan fasilitas tambahan lainnya yang dapat membuat konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap toko tersebut. Dengan demikian, peritel dengan strategi *hilo pricing* dapat membangun *image* yang lebih baik di mata konsumen dan memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan toko lainnya.

Dengan munculnya peritel yang menerapkan strategi *hilo pricing* menunjukkan bahwa jumlah peritel yang menggunakan strategi *hilo pricing* semakin berkembang. Seiring perkembangan peritel yang menggunakan strategi *hilo pricing*, dalam memilih tempat berbelanja masyarakat semakin memiliki alternatif, selain itu banyaknya jumlah peritel yang menggunakan strategi *hilo pricing* di Surabaya membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Mengingat keberhasilan peritel yang menggunakan strategi *hilo pricing* juga tidak terlepas dari keberhasilan membentuk *retail mix* pada target konsumennya, maka usaha yang perlu dilakukan para pemilik peritel yang menggunakan strategi *hilo pricing* adalah memperbaiki dan menyempurnakan bauran eceran secara terus-menerus agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu bentuk dari strategi harga yang diterapkan oleh peritel besar (*hypermarket*) adalah dengan *hilo pricing* yaitu sebuah strategi harga yang

menerapkan diskon harga temporer untuk item-item tertentu diberlakukan selama beberapa hari yang diikuti oleh minggu-minggu dengan harga normal (Pecthl, 2003). Penerapan strategi harga ini merupakan salah satu faktor penting dari suatu ritel agar dapat menarik pelanggan dan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Dimensi dari *hilo pricing* meliputi keinginan pada varietas harga, kesenangan dalam berburu harga yang murah, upaya untuk meminimalkan waktu, dan perencanaan transaksi.

Reduksi harga sementara dalam *hilo pricing* merupakan dasar bagi konsumen untuk mendapatkan perasaan nyaman. Selain itu dengan penerapan kebijaksanaan *hilo pricing* dapat langsung dirasakan oleh konsumen, sebab konsumen memiliki kecenderungan yang tidak akan melakukan pembelian ulang, apabila tidak ada rangsangan-rangsangan. Rangsangan tersebut dapat berupa usaha promosi kebijaksanaan *hilo pricing* untuk meyakinkan konsumen membeli.

Alasan mengapa kebijaksanaan *hilo pricing* dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang adalah karena dalam kondisi saat ini banyak *retailer* berupaya untuk memandang konsumen sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari strategi *retailer* sepanjang masa.

1.2. Pokok Bahasan

Berdasarkan latar belakang penentuan pokok bahasan di atas, maka pokok bahasan utama dalam penyusunan makalah tugas akhir ini adalah tentang *hilo pricing* sebagai salah satu strategi untuk memenangkan pasar.

1.3. Tujuan Pembahasan

Berdasarkan latar belakang penentuan pokok bahasan di atas, maka tujuan pembahasan dalam penyusunan makalah tugas akhir ini adalah untuk menjelaskan pentingnya pemahaman strategi *hilo pricing* untuk memenangkan pasar.